



## ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ ЗАКУПІВЕЛЬ»

**1. Код:** BB3

**2. Назва:** Маркетинг закупівель.

**3. Тип:** вибірковий.

**4. Рівень вищої освіти:** I (бакалаврський).

**5. Рік навчання, коли пропонується дисципліна:** 3.

**6. Семестр, коли вивчається дисципліна:** 6

**7. Кількість встановлених кредитів ЄКТС:** 5

**8. Прізвище, ініціали лектора/лекторів, науковий ступінь, посада:** Мартинюк Оксана Володимирівна, к.е.н., доц.

**9. Результати навчання:**

- знати сучасні стратегії маркетингу закупівель та методологію управління закупівельними роботами;
- володіти сутністю концепції маркетингу закупівель, класифікацію закупівель, методи закупівель та способи закупівель;
- розуміти етапи процесу маркетингу закупівель;
- вміти визначати способи закупівель та аналізувати джерела закупівель;
- добирати джерела інформації та розміщати замовлення;
- характеризувати купівельну поведінку організацій та визначати обсяг замовлення чи закупівлі.

**10. Форми організації занять:** навчальне заняття, самостійна робота, практична підготовка, поточний модульний контроль.

**11. • Дисципліни, що передують вивченню зазначеної дисципліни:** «Маркетинг», «Економічний механізм маркетингу», «Маркетингова товарна політика».

• **Дисципліни, що вивчаються супутньо із зазначеною дисципліною (за необхідності):** «Маркетингові дослідження», «Інтернет-бізнес», «Поведінка споживача».

**12. Зміст курсу:** Сутність маркетингу закупівель. Сутність закупівельної діяльності підприємства. Етапи процесу маркетингу закупівель. Маркетинг закупівель і логістика. Процес закупівель організаціями-покупцями. Закупівельний центр. Планування процесу закупівлі для потреб організації. Онлайн-закупівлі.

**13. Рекомендовані навчальні видання:**

1. Балабанова, Л.В. Маркетинг : підручник / Балабанова Л.В. – Донецьк : ДонДУЕТ ім. М.Туган-Барановського, 2002. – 562 с.
2. Гаркавенко С.С., Маркетинг: підручник / Гаркавенко С.С. – К.: Лібра, 2002. – 712 с.
3. Тарасюк, Г.М. Планування комерційної діяльності. навч. посіб. / Тарасюк Г.М. – К.: Каравела, 2005. – 400с.
4. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.

**14. Заплановані види навчальної діяльності та методи викладання:**

24 год. лекцій, 22 год. практичних робіт, 104 год. самостійної роботи. Разом – 150 год.

Методи: інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

**15. Форми та критерії оцінювання:**

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою.

Підсумковий контроль: залік в кінці 6 семестру.

Поточний контроль (100 балів): тестування, опитування.

**16. Мова викладання:** українська.



## DESCRIPTION OF EDUCATIONAL DISCIPLINE " MARKETING PROCUREMENT "

**1. Code:** BB3

**2. Title:** Marketing Procurement.

**3. Type:** вибірковий

**4. Higher education level:** the first (Bachelor's degree).

**5. Year of study, when the discipline is offered:** 3.

**6. Semester when studying discipline:** 6

**7. Number of established ECTS credits:** 5

**8. Surname, initials of the lecturer / lecturers, degree, position:** Martyniuk Oksana, candidate of sciences (economics) associate professor.

**9. Learning outcomes:**

- to know modern procurement strategy and procurement methodology;
- possess the essence of the concept of marketing of procurement, the classification of procurement, procurement methods and methods of procurement;
- understand the stages of the procurement marketing process;
- be able to determine procurement methods and analyze sources of procurement;
- select sources of information and place an order;
- characterize the purchasing behavior of organizations and determine the volume of orders or purchases.

**10. Forms of organizing classes:** training classes, independent work, practical training, control measures, current module control.

**11. • Disciplines preceding the study of the specified discipline:** "Marketing", "Economic mechanism of marketing", "Marketing commodity policy".

**• Disciplines studied in conjunction with the discipline (if necessary):** "Marketing Research", "Internet Business", "Consumer Behavior".

**12. Content of the course:** The essence of marketing procurement. The essence of the procurement activity of the enterprise. Stages of the procurement marketing process. Marketing procurement and logistics. Procurement process by purchasing organizations. Procurement Center. Planning the procurement process for the needs of the organization. Online purchases.

**13. Recommended editions:**

1. Balabanova, L.V. Marketing: Textbook / Balabanova L.V. - Donetsk: DonDUET them. M. Tugan-Baranovsky, 2002. - 562 pp.
2. Harkavenko S.S., Marketing: tutorial / Harkavenko S.S. - K.: Libra, 2002. - 712 p.
3. Tarasyuk, G.M. Business Planning. tutor manual / Tarasyuk G.M. - K.: Caravela, 2005. - 400s.
4. Marketing: Teaching. manual / M.V. Malchyk, N.A. Gontarenko, O.V. Popko, Z.O. Tolchanova, B.O.Korol, O.V. Martynjuk, S.I. Koval; per community Ed. doctor of sciences, prof. Malchyk M.V. - Rivne: NUVGP, 2014 - 444 p.

**14. Planned types of educational activities and teaching methods:**

lectures – 24 hours, practical classes – 22 hours, independent work – 104 hours. Total – 150 hours.

Methods of teaching: interactive lectures, problem lecture elements, individual tasks, implementation of business and role games, case studies, individual and group research tasks, using multimedia tools.

**15. Forms and assessment criteria:**

The evaluation is carried out on a 100-point scale.

Final control: test at the end of the 6 semester.

Current Control (100 points): testing, questioning.

**16. Language of teaching:** Ukrainian.

Head of the Department

M.V. Malchyk,  
Doc. econ Sciences, prof.